

学校编码: 10384

学号: X200415375



分类号\_\_\_\_密级\_\_\_\_

UDC \_\_\_\_

廈門大學

碩 士 學 位 論 文

国安达灭火装置在银行业的营销策略  
STUDY on the EXTINGUISHING DEVICES for BANK  
MARKETING STRATEGY of COMPANY GAD

邹建生

指导教师姓名: 戴亦一 教授

专 业 名 称: 工商管理 (MBA)

论文提交时间: 2012 年 04 月

论文答辩日期: 2012 年 月

学位授予日期: 年 月

答辩委员会主席\_\_\_\_\_

评 阅 人\_\_\_\_\_

2012 年 04 月

国安达超细干粉自动灭火装置在银行业的营销策略研究

邹建生

指导教师: 戴亦一 教授

厦门大学

厦门大学博硕士论文摘要库

# 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

# 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

- (        ) 1.经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于        年        月        日解密，解密后适用上述授权。
- (        ) 2.不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年        月        日

厦门大学博硕士论文摘要库

## 摘要

消防行业是世界经济安全生产的重要保障之一，消防市场是一个专业性很强，有明确的法律法规规定的市场。消防安全是国内乃至全球都非常重视的一个项目，是最大程度上的确保人民群众在发生火灾时的生命财产安全。

近几年在国内政府、企业对消防的重视越来越高，防火标准也在不断的完善。国安达致力于“一切只为平安生活”，参与到国家消防安全的建设中。本次研究运用了相关的战略分析、市场营销、竞争等知识、工具，识别出银行业消防市场的机会及研究出一套国安达灭火装置银行业市场营销的策略。

本文主要分为四大部分。首先，本文对国安达公司所处的外部环境进行分析，包括所处的宏观环境、行业情况等。然后，对所要开发的行业细分市场情况进行分析，接着对国安达公司的内部环境进行了分析，同时分析了国安达公司产品的竞争力。最后、在外部环境分析和内部环境分析的基础上，形成了国安达公司市场营销的 4P 策略。包括了产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略。科学和恰当的营销策略是国安达公司在银行业市场营销满足客户需求，实现自身目标的关键。

**关键词：**国安达公司；超细干粉；银行消防；ATM 消防

厦门大学博硕士论文摘要库



## Abstracts

Fire protection industry is one of the most important protection for the safety production of world economy. And there are specialization, clear laws and regulations in fire protection market. Fire control is a very important domestic project, which maximum ensures the life and property of people in an event of fire fighting.

In recent years, the government, enterprises in China increasingly think highly of fire protection, and the fire protection standards is also in constant improvement. The GAD work to "all for peace life" and to participate in the construction of the national fire protection.

This study utilizing the related strategic analysis, marketing、competition etc, GAD make the market opportunities out and develop the marketing strategy automatic fire extinguishing devices for bank industry.

This paper is divided into four parts. First of all, the GAD company's external environment were analyzed, including the macro environment, industry situation. Then, on the development of the industry segments of the market were analyzed, then the country of GAD's internal environment is analyzed, at the same time, analyzes the GAD company product competition ability. Finally, in the analysis of external environment and internal environment analysis foundation, formed in the GAD company marketing strategy of 4P. Include product strategy, price strategy, channel strategy, promotion strategy. Scientific and proper marketing strategy is the GAD company in the banking market to meet customer demand, achieve oneself goal the key.

The key words: GAD company;Ultra-fine powder; Fire protection of bank industry;  
Fire protection of ATM

## 目 录

<b>第一章 绪论</b>	<b>1</b>
第一节 选题背景与研究目的	1
第二节 理论回顾	7
<b>第二章 外部环境分析</b>	<b>9</b>
第一节 宏观环境分析	9
第二节 企业竞争力分析	10
<b>第三章 ATM 自动灭火装置的选择</b>	<b>15</b>
第一节 细分市场容量分析	15
第二节 银行行业特殊场所特点分析	18
第三节 自动灭火装置的选择	19
<b>第四章 国安达公司简介</b>	<b>22</b>
第一节 公司概况	22
第二节 企业经营现状	23
第三节 SWOT 分析	24
<b>第五章 国安达银行行业营销组合策略</b>	<b>29</b>
第一节 产品策略	29
第二节 价格策略	32
第三节 渠道策略	33
第四节 促销策略	35
<b>第六章 结论</b>	<b>37</b>
<b>参考文献</b>	<b>38</b>
<b>致 谢</b>	<b>40</b>

## Content

<b>CHAPTER 1 INTRODUCTION.....</b>	<b>1</b>
Section 1 Background and research purposes.....	1
Section 2 Methods & related theory.....	7
<b>Chapter 2 OUTSIDE-ENVIRONMENT analyzing.....</b>	<b>9</b>
Section 1 Analysis of macro-environment .....	9
Section 2 The competitiveness of enterprise.....	10
<b>Chapter 3 CHOICE OF AUTOMATIC FIRE EXTINGUISHING</b>	
<b>DEVICES FOR BANK INDUSTRY .....</b>	<b>15</b>
Section 1 Capacity of market segment analysis .....	15
Section 2 The characteristics of the special place for the bank industry	
analyzing .....	18
Section 3 Choice of Automatic fire extinguishing devices.....	19
<b>CHAPTER 4 PROFILE OF GDA .....</b>	<b>22</b>
Section 1 General situation .....	22
Section 2 Operation Situation.....	23
Section 3 SWOT ANALYSIS OF GAD .....	24
<b>Chapter 5 Strategy of GDA marketing mix for bank industry .....</b>	<b>29</b>
Section 1 Product Strategy.....	29
Section 2 Price strategy .....	32
Section 3 Marketing Channel Strategy .....	33
Section 4 Sales promotion strategy .....	35
<b>CHAPTER 6 CONCLUSION.....</b>	<b>37</b>
<b>REFERENCE.....</b>	<b>38</b>
<b>ACKNOWLEDGMENTS.....</b>	<b>40</b>

厦门大学博硕士论文摘要库

## 第一章 绪论

### 第一节 选题背景与研究目的

#### 一、消防行业发展

消防安全的发展，是国民经济和社会发展的的重要组成部分，是衡量一个国家现代文明程度的标志之一，对于国家的长治久安和促进社会进步有着重要意义。消防行业的发展是关系着人民生命财产安全及社会稳定的重要因素，是一项造福人民及社会的公众事业。

消防安全是关系到公共安全的特殊行业，与民生息息相关的各行各业均是消防器材行业的下游行业。近年来，我国国民经济的持续、健康发展促进了我国房地产业及公共建筑大批开工建设；工业化进程的不断深化加快了石油、化工、冶金等工业领域的产业升级；通讯与电力投资的逐年加大，促使行业发展进入快车道；1990 年到 2011 年，我国城市化率从 26.4% 上升到 47%，城市化率的提高促进了交通、市政等基础设施建设的发展。下游行业的快速发展将直接带动消防产业的发展。我国消防产品市场近几年发展迅猛，随着建筑、电力、钢铁、石化、环保工业的发展和向第三世界出口消防科技设备产品的增加，这种快速增长的形势将得以持续。近五年平均年销售增长率达到 17%。国内消防科技设备产值年增长率 10.5%，约为国家经济增长率的 1.5 倍，是世界消防科技设备年增长率 4.3% 的 2.5 倍。

“十一五”期间，国内生产总值达到 39.8 万亿元，年均增长 11.2%，财政收入从 3.16 万亿元增加到 8.31 万亿元。我国有效应对国际金融危机冲击，保持经济平稳较快发展，胜利完成“十一五”规划的主要目标和任务，国民经济迈上新的台阶。在经济平稳较快发展的环境下，我国消防工作取得了显著进步，消防市场也迎来新的发展契机。2009 年 5 月 1 日，新《消防法》颁布实施，对我国消防工作规范化、法制化提供了有力依据。为适应新的市场需求，城市消防装备将呈现出蓬勃发展势头。

特别是近年以来，自然灾害和世界经济金融危机连续冲击，影响到了我国金融稳定和经济增长，为应对复杂多变的国内外经济环境，稳定国内金融市场，

拉动内需，保证国内经济 8% 的增长目标，国家重拳出击，推出了 4 万亿投资刺激计划，从投资构成可以看出，投资方向第一是民生建设工程，第二是农村农业农民的需要，第三是基础设施的建设，第四是医疗卫生、文化教育的投资，第五是生态保护、保护环境的建设，第六是用于自主创新和结构调整的投资，其中投资铁路、公路、机场和城乡电网的民生建设工程为 1.8 万亿，占据了近一半的投资份额。消防产品的需求与建设工程的投资息息相关，基建投资的增加大大带动消防产品需求的快速增长。伴随着人们对消防安全保障的需求不断提高，社会对于消防产品的需求已由被动型向主动型转变，为消防行业的发展带来了前所未有的良机。

“十二五”期间，我国城镇化、国际化发展趋势会更快，城市发展对消防装备发展提出更高要求，人们也对安全提出了更高的诉求。地铁隧道、大空间、超高层建筑、电力电气领域不断提出新的消防难题。上海火灾、沈阳第一高楼火灾的发生，加速了暴露了社会消防安全的漏洞，社会对消防安全提出了更高的要求。

民生需求是促进经济发展的恒久动力，而消防是保障民生的重要手段。巨大的民生需求，将是消防产业发展的重大动力，消防产业必将迎来新的发展。预计未来几年内消防产业将继续呈现快速增长趋势，年增长率达到 15-20%。2012-2013 年消防产品的市场规模将分别为 879 亿元和 1029 亿元。2010-2012 年自动气体灭火系统的市场容量分别为 64.2 亿元、75.1 亿元和 87.9 亿元；消防供水系统的市场容量分别为 96.3 亿元、112.7 亿元和 131.9 亿元<sup>①</sup>。

## 二、中国消防产品市场现状<sup>②</sup>

中国消费产品市场消费方式随着国民意识的提高，国际形势的变化，呈现出以下特点：

### 1、“被动消费”向“主动消费”发展

随着社会经济快速发展质量的升级，人们物质文化生活的进一步提高，

<sup>①</sup> 资料来源：慧聪消防网数据统计

<sup>②</sup> 资料来源：《物流工程与管理》 2010 年 08 期

特别是生产、流通和消费三大领域向现代化的不断迈进，面对火灾带来的经验教训，促使社会成员对生活质量的需求日益提高，人们已不满足纯物质生活的享用，要求在提高物质生活享用水平的同时，更要求舒适、安全的生活环境的享用，呈现“被动消费”向“主动消费”发展的趋势。“要我(们)消费”已过去，“我(们)要消费”已成为当前和今后消费主流。

## 2、“盲目消费”向“自觉消费”发展

短缺经济时期那种“见物不见证有产品就买来消费”的“盲目消费”行为，已逐渐被“购物看证消费见牌”和“认证认牌不认人”的“自觉消费”行为取代，“自觉消费”已成为消防消费的定势。

## 3、“传统消费”向“现代消费”发展

现代经济已初露端倪，大批现代化生产、流通和生活环境的营造，推动人们的消费行为发生了深刻变化，单纯的消防物质产品消费已难以满足其消费需求，人们在享用消防物质产品的同时，渴望享用包含在消防物质产品中的知识科技，以便更好地应用和发挥消防物质产品的应有效能确保安全，这就是应运而生的消防市场中的“现代消费”，即消防物质产品和非物质产品(知识科技)的“双重消费”。

## 4、“重点消费”向“普遍消费”发展

重点消费一般是指消防重点单位(包括重点部门、行业等)对消防的消费。有效地遏制和减少了火灾事故的发生。重点单位的消防安全工作固然重要，但这并不意味着非重点单位消防工作就不重要了。事实上，非重点单位比之重点单位总体上数量更多，总体建(构)物面积更大，分布相对较散，人员来往频繁且素质参差不齐，安全管理相对较差，消防投入往往不足，发生火灾的频率更多，亦能造成大的人员伤亡和损失。故此，目前不仅重点消防单位，而且非重点单位对消防产品的消费与日俱增，“重点消费”向“普遍消费”发展已是不争的事实。

## 5、“低质消费”向“高质消费”发展

“低质消费”向“高质消费”发展，除本文上面提到的消防消费者热衷消费物美价廉高质消防产品和科技含量高的消防产品，对消防产品供应主体提供的非物质产品即服务因质量不高而满意度低外，消防消费者对消防产品供应主

体提供的非物质产品即服务不满意方面,还表现在所提供的服务是低质型服务,即“传统型”服务(包括常规服务、推式服务、沿袭服务、无差别服务、多站式服务、物本服务、短缺服务、消极服务、有距离服务和黑色服务等)有余而“现代型”服务(包括增殖服务、创新服务、拉式服务、差异化服务、一站式服务、人本服务、一条龙服务、健全服务、零距离服务和绿色服务等)不足上。“传统型服务”因其不适应消费者消费需求愈来愈受到冷落,而“现代型服务”能在很大程度上满足消费者消费需求则愈来愈受到垂青和热捧。

#### 6、“一般消费”向“特殊消费”发展

国民经济基础性建设的大量投资,大量新材料、新工艺、新技术的广泛采用,推动了社会成员对消防产品的消费由“一般消费”向“特殊消费”不断发展,其显著标志是,社会成员已不在满足对普通产品的需求,要求消防产品供应主体能够提供的种类和规格更多,技术更先进,安全性能更好,功能更齐全,质量更优越,样式更美观,绿色更环保,操作更简便,大众化和自动化程度更高,适用性更强,生命周期更长的消防新产品,以适应其各不相同的消费需求即“特殊消费”需求。

#### 7、“自行消费”向“依法消费”发展

“自行消费”指的是消费者自行决定产品消费的种类、规格和数量,并不顾及和考虑其消费是否有违法违规和标准要求。如以往存在的遗留下大量安全隐患的建筑工程,毫无例外都是消费单位不按消防法规擅自“自行消费”造成的。随着消防法规的不断完善,广为宣传和严格实施以及消费者法制观念和安全生产意识的不断提高,“自行消费”当前已被“依法消费”取代。如“三建工程”依法建设已成习惯,在消防消费上违法违章的“三建工程”现已难觅踪影。

#### 8、“滞后消费”向“超前消费”发展

中国消防消费总体虽仍滞后于经济建设和社会发展,然而与之相对应,“超前消费”却悄然异军突起。如在一些地方和城市,没有与消防部门联网的单位主动上门要求联网,没有安装自动消防系统的单位主动要求安装,没有配备消防灭火器具的主动要求配备等等。

#### 9、“单位消费”向“个体消费”发展



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库